

**TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN KEMASAN PRODUK**

**SPOORWAGEN *T-SHIRT* TEMA LOKOMOTIF KERETA API**

**DI PULAU JAWA**



**PENCIPTAAN KARYA DESAIN**

Oleh:

Abi Rezandy Hanifan  
NIM 0911872024

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA**  
**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**  
**2016**

**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN KEMASAN PRODUK**  
**SPOORWAGEN *T-SHIRT* TEMA LOKOMOTIF KERETA API**  
**DI PULAU JAWA**



**PENCIPTAAN KARYA DESAIN**

Oleh:

Abi Rezandy Hanifan  
NIM 0911872024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1  
dalam bidang Desain Komunikasi Visual  
2016

Tugas Akhir Desain berjudul:

**PERANCANGAN KEMASAN PRODUK SPOORWAGEN *T-SHIRT* TEMA  
LOKOMOTIF KERETA API DI PULAU JAWA**

Diajukan oleh Abi Rezandy Hanifan NIM 0911872024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir tanggal 22 Juni 2016 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota

Endro Tri Susanto, S.Sn., M.Sn.  
NIP 19640921 199403 1 001

Pembimbing II / Anggota

Terra Bajraghosa, S.Sn., M.Sn.  
NIP 19810412 200604 1 004

Cognate / Anggota

Drs. Baskoro Suryo B., M.Sn.  
NIP 19650522 199203 1 003.

Kaprodi DKV / Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.  
NIP 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/ Ketua

Drs. Baskoro Suryo B., M.Sn.  
NIP 19650522 199203 1 003

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.  
NIP 19590802 198803 2002

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN KEMASAN PRODUK SPOORWAGEN *T-SHIRT* TEMA LOKOMOTIF KERETA DI PULAU JAWA** merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari penulis sendiri, baik dari naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari Laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, Juni 2016

Abi Rezandy Hanifan

*QUOTE*

*Survive !*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain ini dengan baik.

Tugas Akhir ini merupakan tugas karya penciptaan melalui sebuah perancangan karya yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat guna mengakhiri studi pada jenjang Strata Satu (S1) di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta. Judul dari Tugas Akhir ini adalah “Perancangan Kemasan Produk Spoorwagen T-Shirt Tema Lokomotif Kereta”.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya yang ditujukan kepada:

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang memberi rahmat dan petunjuk.
2. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M. Hum, selaku Rektor ISI Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Suastiwi, M.Des. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Baskoro SB, M.Sn selaku Ketua Jurusan Desain ISI Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta.
6. Bapak Endro Tri Susanto, S.Sn., M. Sn.selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membantu memberi arahan, membimbing, memotivasi, sehingga karya ini dapat diselesaikan.
7. Bapak Terra Bajraghosa, M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membantu memberi arahan, membimbing, memotivasi, sehingga karya ini dapat diselesaikan.
8. Bapak Dr. I.T Sumbo Tinarbuko M,Sn selaku Dosen wali yang sudah membantu memberi arahan, membimbing, memotivasi, sehingga karya ini dapat diselesaikan.
9. Seluruh staff pengajar dan karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dan Seluruh Karyawan Akmawa Jurusan Seni Rupa ISI Yogyakarta yang banyak membantu dan memperlancar studi penulis.

10. Bapak serta Ibu saya yang memberikan doa serta semangat untuk saya. Serta kakak-kakak saya yang selalu memberikan semangat.
11. Kekasihku tercinta, Veronica Vilda yang menjadi *partner* luar biasa, memberi semangat, mendoakan dan membantu banyak hal.
12. Teman-teman angkatan 2009 yang selalu mendukung, membantu saya dalam Tugas Akhir.
13. Rekan-rekan yang bersamaan menempuh Tugas Akhir.
14. Teman-teman kos Timuran (Adi, Bayu, Akbar, Ien, Luluk) yang selalu membantu banyak hal dalam Tugas Akhir.
15. Teman-teman kontraan Bpk. Supri (Zainal, Bimo, Doni, Reog, Oby), teman kost Hijau Hermiyati (Angga, Azik, Ega, Iwan, Rony) teman kontraan Druwo (Ajik, Bolot, Gepeng, Bilal,) teman kampung Sawit, dan teman-teman Hiburan akhir pekan yang selalu membuat tertawa.
16. Arek-arek warung telaga Surabaya yang selalu mendukung dan memberikan masukan setiap malam.
17. Serta semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir.

Akhirnya penulis mohon maaf apabila ada kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Semoga bermanfaat bagi banyak pihak. Terimakasih.

Yogyakarta, Juni 2016

Abi Rezandy Hanifan





## ABSTRAK

Abi Rezandy Hanifan

Perancangan Kemasan Produk *SPOORWAGEN T-Shirt*

Tema Lokomotif Kereta Api di Pulau Jawa

Media yang dihasilkan dari perancangan ini berupa kemasan dari produk kaos *SPOORWAGEN* yang berupa bentuk lokomotif kereta api. Di Pulau Jawa sedikit yang mengetahui wawasan tentang kereta api, hanya komunitas pecinta kereta api (*railfans*). Banyak kalangan masyarakat masih awam tentang kereta api, terutama lokomotifnya. Hanya sebatas menggunakan jasa transportasinya, namun tidak tahu apa yang dinaikinya. Menyikapi hal itu, produk dari kemasan *SPOORWAGEN* ini dirancang dengan konsep tema lokomotif kereta api yang sesuai dengan bentuknya.

Dengan adanya kemasan produk *SPOORWAGEN* tema lokomotif kereta api ini, mampu memberikan nilai edukasi pada semua kalangan masyarakat. Maka perlu metode pengumpulan data dan wawancara untuk mencapai target marketnya. Meskipun hanya berbahan kertas, namun manfaat yang didapat tidak hanya bentuk lokomotifnya, namun wawasan tentang lokomotif kereta api yang terkandung didalamnya.

Kata kunci:

lokomotif, kereta api, kemasan, edukasi

## **ABSTRACT**

Abi Rezandy Hanifan

*Design of SPOORWAGEN T-Shirt Packaging  
with Railway Locomotives Theme in Java*

*The resulting media from this design process is a packaging products of SPOORWAGEN T-Shirt which a form of railway locomotives. In Java, few know insights about the trains, just railfan communities (railfans). Many people still lay about the trains, especially on the locomotives. Only limited use of transportation services, but do not know what it uses. Therefore, the product of SPOORWAGEN packaging is designed with the concept of railway locomotives theme accordance with the original form.*

*The presence product packaging SPOORWAGEN with the theme of railway locomotives is expected to provide educational value in all societies. It is necessary methods of data collection and interviews to reach the target market. Although only made from paper, but the benefits are not just a form of the locomotive, but insight into the railway locomotive contained therein.*

**Keywords:**

*lokomotive, trains, packaging, education*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN DEDIKASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
<i>QUOTE</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	 1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Perancangan .....	4
D. Lingkup Permasalahan.....	4
E. Manfaat Perancangan.....	4
F. Metode Perancangan .....	5
G. Metode Analisa Data.....	7
H. Skema Perancangan .....	8
 <b>BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS</b> .....	 9
A. Identifikasi data .....	9
1. Tinjauan Perancangan .....	9
2. Tinjauan Teoritis .....	9
a. Tinjauan Kemasan .....	9
1. Pengertian Kemasan .....	9
2. Sejarah Kemasan .....	10
3. Fungsi Kemasan .....	16

4. Perkembangan Kemasan .....	17
5. Desain Kemasan .....	18
6. Unsur-unsur Kemasan .....	19
b. Tinjauan Produk .....	27
1. Tinjauan Tentang T-Shirt .....	27
2. Tinjauan Lokomotif Kereta Api .....	28
3. Tinjauan Spoorwagen .....	31
4. Tinjauan Souvenir.....	33
5. <i>Differentiaton</i> .....	35
6. <i>Unique Selling Proposition</i> .....	35
7. <i>Positioning</i> .....	35
8. Segmentasi .....	35
9. Kompetitor .....	36
B. Analisis data.....	36
1. Analisis Produk.....	36
2. Analisis Media.....	38
3. Analisis Fitur Kemasan.....	38
4. Simpulan Analisis.....	39
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>42</b>
A. Konsep Kreatif .....	42
1. Tujuan Perancangan .....	42
2. Konsep Estetika.....	42
3. Tujuan Kreatif .....	43
a. <i>Brand Positioning</i> .....	43
b. <i>Brand Identity</i> .....	43
c. <i>Brand Image</i> .....	44
B. Strategi Kreatif .....	44
1. <i>Content</i> /Informasi Kemasan.....	45
a. <i>Primary Packaging</i> .....	45
b. <i>Secondary Packaging</i> .....	45

2. Bahan Dasar Kemasan .....	46
a. <i>Primary Packaging</i> .....	46
b. <i>Secondary Packaging</i> .....	46
c. <i>Label</i> .....	46
3. Sistem Buka-Tutup.....	46
4. Gaya Desain .....	47
a. Referensi Visual .....	48
b. Warna yang di pilih .....	49
c. Logo.....	50
d. Ilustrasi / Gambar .....	50
C. Konsep Media .....	53
1. Media Utama .....	53
2. Media Pendukung.....	54
a. Label.....	54
b. Lembar edukasi .....	56
c. Sticker.....	56
d. Pin .....	55
e. Media Sosial .....	57
f. Biaya Produksi.....	58
<b>BAB IV VISUALISASI</b> .....	60
A. Penjaringan Ide Bentuk Kemasan .....	60
1. Pola Kemasan Primer .....	61
2. Pola Kemasan Sekunder .....	78
B. Pengembangan Logo.....	79
C. Layout Desain Awal .....	80
1. <i>Primary Packaging</i> .....	80
a. <i>Layout Lokomotif CC200</i> .....	80
b. <i>Layout Lokomotif CC201</i> .....	81
c. <i>Layout Lokomotif CC203</i> .....	83
d. <i>Layout Lokomotif CC206</i> .....	85

2. <i>Secondary Packaging</i> .....	87
D. Pengembangan Desain .....	97
E. Final Desain .....	138
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	159
A. Kesimpulan .....	159
B. Saran .....	160
DAFTAR PUSTAKA .....	161
LAMPIRAN .....	163

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Sistematika perancangan .....	8
Gambar 2 : Tempayan terpendam yang terbuat dari tanah liat vulkanik .....	11
Gambar 3 : Kertas papirus pada peradaban Mesir kuno .....	12
Gambar 4 : Buku kertas tertua di Cina .....	14
Gambar 5 : Toples kardus Quaker Oats .....	15
Gambar 6 : Kemasan produk makanan dan permen di Jepang .....	18
Gambar 7 : Kemasan dari produk bir <i>Miller Bom Box</i> .....	19
Gambar 8 : Kemasan berbentuk balok dari produk lampu gantung .....	20
Gambar 9 : Kemasan berbentuk silinder dari produk kaos .....	21
Gambar 10 : Kemasan berbentuk segi enam dari produk makanan .....	22
Gambar 11 : Cakram Warna Tradisional .....	24
Gambar 12 : Gambar beberapa merek terkenal didunia .....	25
Gambar 13 : Tipografi pada kemasan permainan kartu .....	26
Gambar 14 : Kemasan mainan <i>Hot Wheels</i> .....	27
Gambar 15 : <i>T-Shirt</i> dari brand <i>Warlock Limited</i> .....	28
Gambar 16 : Lokomotif kereta api diesel elektrik CC206 .....	30
Gambar 17 : Kode Konfigurasi Sumbu atau Roda Lokomotif .....	31

Gambar 18 : Produk kaos kereta api dari SPOORWAGEN .....	32
Gambar 19 : Kemasan <i>the grain tea</i> yang bisa menjadi souvenir.....	34
Gambar 20 : Skema table perancangan kemasan <i>SPOORWAGEN</i> .....	40
Gambar 21: Straight Tuck End dengan Hanger Tab.....	46
Gambar 22 : <i>Referensi primary packaging bergaya art deco</i> .....	47
Gambar 23: <i>Referensi visual untuk secondary packaging</i> .....	47
Gambar 24 : Palet Warna Biru .....	48
Gambar 25 : Palet Warna Merah.....	49
Gambar 26 : Logo vertical SPOORWAGEN .....	49
Gambar 27 : Logo horisontal SPOORWAGEN .....	49
Gambar 28 : Referensi desain label dan lembar edukasi dalam kemasan.....	50
Gambar 29 : <i>Font Freshman dengan tipe serif</i> .....	51
Gambar 30 : <i>Font Bebas dengan tipe sans serif</i> .....	51
Gambar 31 : <i>Font Arial dengan tipe sans serif</i> .....	52
Gambar 32 : Penjaringan dan penerapan bentuk lipatan kaos <i>SPOORWAGEN</i> .....	58
Gambar 33 : Sketsa kasar bentuk pola dasar lokomotif CC201, CC203,CC206 .....	59
Gambar 34 : Sketsa kasar bentuk lokomotif CC200 dengan kabin yang menyatu ....	60
Gambar 35 : Sketsa kasar bentuk kabin lokomotif CC203 .....	61
Gambar 36 : Sketsa kasar bentuk kabin lokomotif CC206.....	62
Gambar 37 : Sketsa kasar bentuk tangki HSD lokomotif.....	63
Gambar 38 : Sketsa kasar bentuk roda lokomotif .....	63
Gambar 39 : Sketsa kasar bentuk <i>cowcatcher</i> lokomotif .....	64
Gambar 40 : Sketsa kasar bentuk tangga lokomotif.....	64
Gambar 41 : Pola dasar Lokomotif CC200 kemasan <i>SPOORWAGEN</i> .....	65
Gambar 42 : Pola dasar kemasan primer lokomotif CC201 .....	66
Gambar 43 : Pola dasar kemasan primer kabin lokomotif CC201.....	67
Gambar 44 : Pola dasar kemasan primer lokomotif CC203 .....	68
Gambar 45 : Pola dasar kemasan primer lokomotif CC206 .....	70
Gambar 46 : Pola dasar kemasan primer kabin lokomotif CC206 .....	71
Gambar 47 : Pola dasar tangki lokomotif kemasan <i>SPOORWAGEN</i> .....	72
Gambar 48 : Pola dasar roda lokomotif kemasan <i>SPOORWAGEN</i> .....	73

Gambar 49 : Pola dasar <i>cowcatcher</i> lokomotif kemasan <i>SPOORWAGEN</i> .....	74
Gambar 50 : Pola dasar tangga lokomotif kemasan <i>SPOORWAGEN</i> .....	75
Gambar 51 : Sketsa kasar kemasan sekunder .....	76
Gambar 52 : Logo <i>SPOORWAGEN Railfans Merch</i> .....	77
Gambar 53 : Layout sisi depan kemasan lokomotif CC200 .....	78
Gambar 54 : Layout sisi samping kemasan lokomotif CC200 .....	78
Gambar 55 : Layout sisi atas kemasan lokomotif CC200 .....	78
Gambar 56 : Layout sisi atas kemasan lokomotif CC201 .....	79
Gambar 57 : Layout sisi samping kemasan lokomotif CC201 .....	79
Gambar 58 : Layout sisi atas kemasan lokomotif CC201 .....	80
Gambar 59 : Layout sisi belakang kemasan lokomotif CC201 .....	80
Gambar 60 : Layout sisi belakang kemasan lokomotif CC203 .....	81
Gambar 61 : Layout sisi samping kemasan lokomotif CC203 .....	81
Gambar 62 : Layout sisi atas kemasan lokomotif CC203 .....	82
Gambar 63 : Layout sisi belakang kemasan lokomotif CC203 .....	82
Gambar 64 : Layout sisi depan kemasan lokomotif CC206 .....	83
Gambar 65 : Layout sisi samping kemasan lokomotif CC206 .....	83
Gambar 66 : Layout sisi atas kemasan lokomotif CC206 .....	84
Gambar 67 : Layout sisi belakang kemasan lokomotif CC206 .....	84
Gambar 68 : Sketsa kasar kemasan sekunder .....	85
Gambar 69 : Layout sisi depan kemasan sekunder .....	85
Gambar 70 : <i>Sketsa kasar label kemasan</i> .....	86
Gambar 71 : <i>Layout label kemasan</i> .....	87
Gambar 72 : Sketsa kasar lembar edukasi .....	87
Gambar 73 : Layout lembar edukasi .....	87
Gambar 74 : Sketsa kasar stiker lokomotif CC200 .....	88
Gambar 75 : Layout stiker lokomotif CC200 .....	88
Gambar 76 : Sketsa kasar stiker lokomotif CC201 .....	89
Gambar 77 : Layout stiker lokomotif CC200 .....	89
Gambar 78 : Sketsa kasar stiker lokomotif CC203 .....	90
Gambar 79 : Layout stiker lokomotif CC203 .....	90



Gambar 80 : Sketsa kasar stiker lokomotif CC206.....	91
Gambar 81 : Layout stiker lokomotif CC206.....	91
Gambar 82 : Sketsa kasar pin berbagai jenis lokomotif.....	92
Gambar 83 : Layout pin berbagai jenis lokomotif.....	92
Gambar 84 : Sketsa kasar media sosial Lokomotif CC 200 .....	93
Gambar 85 : Sketsa kasar media sosial Lokomotif CC 201.....	93
Gambar 86 : Sketsa kasar media sosial Lokomotif CC 203.....	94
Gambar 87 : Sketsa kasar media sosial Lokomotif CC 206.....	94
Gambar 88 : Sketsa kasar media social berbagai jenis Lokomotif .....	95
Gambar 89 : Logo horizontal <i>SPOORWAGEN</i> .....	95
Gambar 90 : Logo PT. KAI .....	96
Gambar 91 : Proses digital kemasan primer Lokomotif CC200 .....	96
Gambar 92 : Proses digital kemasan primer Cowcather Lokomotif CC200.....	97
Gambar 93 : Proses digital kemasan primer tangga Lokomotif CC200 .....	97
Gambar 94 : Proses <i>digital</i> kemasan primer roda Lokomotif CC200 .....	98
Gambar 95 : Proses <i>digital</i> kemasan primer Lokomotif CC201 .....	99
Gambar 96 : Proses <i>digital</i> kemasan primer kabin Lokomotif CC201.....	100
Gambar 97 : Proses <i>digital</i> kemasan primer Cowcather Lokomotif CC201.....	101
Gambar 98 : Proses <i>digital</i> kemasan primer tangki Lokomotif CC201.....	101
Gambar 99 : Proses <i>digital</i> kemasan primer tangga Lokomotif CC201 .....	102
Gambar 100 : Proses <i>digital</i> kemasan primer roda Lokomotif CC201 .....	102
Gambar 101 : Proses <i>digital</i> kemasan primer Lokomotif CC203.....	103
Gambar 102 : Proses <i>digital</i> kemasan primer kabin Lokomotif CC203.....	104
Gambar 103 : Proses <i>digital</i> kemasan primer Cowchather Lokomotif CC203 .....	104
Gambar 104 : Proses <i>digital</i> kemasan primer tangki Lokomotif CC203.....	105
Gambar 105 : Proses <i>digital</i> kemasan primer tangga Lokomotif CC203 .....	105
Gambar 106 : Proses <i>digital</i> kemasan primer roda Lokomotif CC203 .....	105
Gambar 107 : Proses <i>digital</i> kemasan primer Lokomotif CC206.....	106
Gambar 108 : Proses <i>digital</i> kemasan primer kabin Lokomotif CC206.....	107
Gambar 109 : Proses <i>digital</i> kemasan primer Cowcather Lokomotif CC206 .....	107
Gambar 110 : Proses <i>digital</i> kemasan primer tangki Lokomotif CC206.....	108

Gambar 111 : Proses <i>digital</i> kemasan primer tangga Lokomotif CC206 .....	108
Gambar 112 : Proses <i>digital</i> kemasan primer roda Lokomotif CC206 .....	108
Gambar 113 : <i>Rough layout</i> Lokomotif CC200 pada kemasan sekunder .....	109
Gambar 114 : <i>Comprehensive layout</i> Lokomotif CC200 pada kemasan sekunder .....	109
Gambar 115 : <i>Rough layout</i> Lokomotif CC201 pada kemasan sekunder .....	110
Gambar 116 : <i>Comprehensive layout</i> Lokomotif CC201 pada kemasan sekunder .....	110
Gambar 117 : <i>Rough layout</i> Lokomotif CC203 pada kemasan sekunder .....	111
Gambar 118 : <i>Comprehensive layout</i> Lokomotif CC203 pada kemasan sekunder .....	111
Gambar 119 : <i>Rough layout</i> Lokomotif CC206 pada kemasan sekunder .....	112
Gambar 120 : <i>Comprehensive layout</i> Lokomotif CC206 pada kemasan sekunder .....	112
Gambar 121 : Layout alamat media sosial pada kemasan sekunder .....	113
Gambar 122 : Proses <i>digital</i> Lokomotif CC200 pada kemasan sekunder .....	113
Gambar 123 : Proses <i>digital</i> Lokomotif CC201 pada kemasan sekunder .....	114
Gambar 124 : Proses <i>digital</i> Lokomotif CC203 pada kemasan sekunder .....	114
Gambar 125 : Proses <i>digital</i> Lokomotif CC206 pada kemasan sekunder .....	114
Gambar 126 : <i>Rough layout</i> Lokomotif CC200 pada lembar edukasi .....	115
Gambar 127 : <i>Comprehensive layout</i> Lokomotif CC200 pada lembar edukasi .....	115
Gambar 128: <i>Rough layout</i> Lokomotif CC201 pada lembar edukasi .....	116
Gambar 129 : <i>Comprehensive layout</i> Lokomotif CC201 pada lembar edukasi .....	116
Gambar 130 : <i>Rough layout</i> Lokomotif CC203 pada lembar edukasi .....	117
Gambar 131 : <i>Comprehensive layout</i> Lokomotif CC203 pada lembar edukasi .....	117
Gambar 132 : <i>Rough layout</i> Lokomotif CC206 pada lembar edukasi .....	118
Gambar 133 : <i>Comprehensive layout</i> Lokomotif CC206 pada lembar edukasi .....	118
Gambar 134 : Layout ukuran kaos pada label .....	119
Gambar 135 : Layout petunjuk dan perawatan kaos .....	119
Gambar 136 : Final label Lokomotif CC200 .....	120
Gambar 137 : Final label Lokomotif CC 201 .....	121
Gambar 138 : Final label Lokomotif CC 203 .....	122
Gambar 139 : Final label Lokomotif CC 206 .....	123
Gambar 140 : <i>Rough layout</i> ilustrasi Lokomotif CC 200 .....	125
Gambar 141 : <i>Comprehensive layout</i> ilustrasi Lokomotif CC 200 .....	125

Gambar 142 : <i>Rought layout</i> ilustrasi Lokomotif CC 201 .....	126
Gambar 143 : <i>Comprehensive layout</i> ilustrasi Lokomotif CC 201 .....	126
Gambar 144 : <i>Rought layout</i> ilustrasi Lokomotif CC 203 .....	127
Gambar 145 : <i>Comprehensive layout</i> ilustrasi Lokomotif CC 203 .....	127
Gambar 146 : <i>Rought layout</i> ilustrasi Lokomotif CC 206 .....	128
Gambar 147 : Final lembar edukasi Lokomotif CC200 .....	128
Gambar 148 : Final lembar edukasi Lokomotif CC 201.....	129
Gambar 149 : Final lembar edukasi Lokomotif CC203 .....	129
Gambar 150 : Final lembar edukasi Lokomotif CC 206.....	129
Gambar 151 : Layout stiker Lokomotif CC200 setelah proses digital .....	130
Gambar 152 : Layout stiker Lokomotif CC201 setelah proses digital .....	130
Gambar 153 : Layout stiker Lokomotif CC203 setelah proses digital .....	130
Gambar 154 : Layout stiker Lokomotif CC203 setelah proses digital .....	131
Gambar 155 : Layout stiker Lokomotif CC206 setelah proses digital .....	131
Gambar 156 : Layout pin Lokomotif CC200 setelah proses digital .....	132
Gambar 157 : Layout pin Lokomotif CC201 setelah proses digital .....	132
Gambar 158 : Layout pin Lokomotif CC203 setelah proses digital .....	133
Gambar 159 : Layout pin Lokomotif CC206 setelah proses digital .....	133
Gambar 160 : Desain media sosial Lokomotif CC200 setelah proses digital .....	134
Gambar 161 : Desain media sosial Lokomotif CC201 setelah proses digital .....	134
Gambar 162 : Desain media sosial Lokomotif CC203 setelah proses digital .....	135
Gambar 163 : Desain media sosial Lokomotif CC206 setelah proses digital .....	135
Gambar 164 : Final desain <i>primary packaging</i> Lokomotif CC200 .....	136
Gambar 165 : Final desain <i>primary packaging</i> Lokomotif CC201 .....	137
Gambar 166 : Final desain <i>primary packaging</i> Lokomotif CC201 .....	138
Gambar 167 : Final desain <i>primary packaging</i> Lokomotif CC203 .....	138
Gambar 168 : Final desain <i>primary packaging</i> Lokomotif CC206.....	139
Gambar 169 : Final desain <i>secondary packaging</i> Lokomotif CC200.....	140
Gambar 170 : Final desain <i>secondary packaging</i> Lokomotif CC201 .....	141
Gambar 171 : Final desain <i>secondary packaging</i> Lokomotif CC203 .....	142
Gambar 172 : Final desain <i>secondary packaging</i> Lokomotif CC206.....	143

Gambar 173 : Final desain label Lokomotif CC200 .....	144
Gambar 174 : Final desain label Lokomotif CC201 .....	145
Gambar 175 : Final desain label Lokomotif CC203 .....	146
Gambar 176 : Final desain label Lokomotif CC206 .....	147
Gambar 177 : Final desain lembar edukasi Lokomotif CC200 .....	148
Gambar 178 : Final desain lembar edukasi Lokomotif CC201 .....	148
Gambar 179 : Final desain lembar edukasi Lokomotif CC203 .....	148
Gambar 180 : Final desain lembar edukasi Lokomotif CC206 .....	148
Gambar 181 : Final desain stiker Lokomotif CC200 .....	149
Gambar 182 : Final desain stiker Lokomotif CC201 .....	149
Gambar 183 : Final desain stiker Lokomotif CC203 .....	150
Gambar 184 : Final desain stiker Lokomotif CC206 .....	150
Gambar 185 : Final desain pin Lokomotif CC200 .....	151
Gambar 186 : Final desain pin Lokomotif CC201 .....	151
Gambar 187 : Final desain pin Lokomotif CC203 .....	152
Gambar 188 : Final desain pin Lokomotif CC206 .....	152
Gambar 189 : Final desain (Facebook, Twitter, Instagram) Lokomotif CC200 .....	153
Gambar 190 : Final desain (Facebook, Twitter, Instagram) Lokomotif CC201 .....	154
Gambar 191 : Final desain (Facebook, Twitter, Instagram) Lokomotif CC203 .....	155
Gambar 192 : Final desain (Facebook, Twitter, Instagram) Lokomotif CC206 .....	156

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Industri pakaian modern saat ini semakin berkembang di Indonesia. Hal ini ditandai dengan banyaknya produsen dan toko penyedia produk pakaian. Keberadaannya kian menumbuhkan daya saing yang luar biasa, serta memberikan dampak yang positif dengan berkembangnya industri pakaian di Indonesia. Namun, peningkatan harga semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya permintaan dan perkembangan dalam dunia industri pakaian. Inovasi dalam dunia pakaian mampu menarik perhatian banyak kalangan masyarakat. Secara tidak langsung, fenomena ini mempengaruhi taraf hidup masyarakat yang perlahan terus meningkat baik bagi para konsumen maupun produsen.

*T-Shirt* adalah salah satu dari berbagai jenis pakaian, yang merupakan pakaian sederhana untuk tubuh bagian atas, dan tergolong dalam jenis pakaian yang bersifat santai. *T-Shirt* dapat digunakan segala gender baik pria atau wanita segala usia, mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Awal mula disebut *T-Shirt* karena pakaian ini bentuknya menyerupai huruf “T”. Pakaian ini muncul pada abad ke-19 yang digunakan perlengkapan standar tentara militer di Eropa dan Amerika Serikat pada perang dunia II. Di Indonesia *T-Shirt* biasanya dikenal dengan sebutan kaos oblong.

Saat ini *T-Shirt* juga sering digunakan sebagai media berkampanye, baik yang sifatnya sosial, komersil bahkan sampai masuk kedalam ranah politik. Hal tersebut disesuaikan dengan kepentingan yang diusung. Dapat dikatakan bahwa *T-Shirt* mempunyai tingkat fleksibilitas yang tinggi karena mudah mengaplikasikan disain yang akan di publikasikan kedalam media *T-Shirt*.

Dalam perjalanan industri fesyen modern di Indonesia pada era-90an banyak bermunculan *clothing company* yang menjadi fenomena pada saat itu yang diolah dengan tenaga muda yang kreatif dan inovatif untuk memenuhi tuntutan perkembangan dalam dunia fesyen. Dengan memproduksi dengan jumlah kaos yang terbatas atau *limited edition* dapat memberikan nilai eksklusif yang sangat tinggi

pada *clothing company*. Sedangkan bagi para konsumen mempunyai tingkat kenyamanan yang tersendiri karena sedikitnya konsumen lain yang memiliki kaos tersebut. Kemasan yang diberikan pun menyesuaikan dengan target pasar yang sebagian besar para kawula muda, sehingga produk selalu tampil modern dan mengikuti perkembangan fesyen.

Seiring dengan berjalannya waktu, saat ini persaingan di dunia *clothing* semakin berkembang, bukan hanya sekedar persaingan harga tetapi telah menjadi persaingan desain kemasan, dimana industri-industri *clothing* berlomba-lomba menciptakan desain kemasan yang menarik dan menciptakan citra kedalam benak para konsumen. Dengan banyaknya pilihan konsumen maka banyak pula kompetisi produk yang akhirnya mendorong kebutuhan yang berdeda dari pasaran. Untuk meyakinkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan dan meningkatkan penjualan diperlukan strategi desain kemasan yang baik dan strategi pemasaran produk yang tepat. Tujuannya dengan memberikan rangsangan kepada konsumen untuk membeli produknya melalui desain kemasan semenarik mungkin sehingga dapat dimininati oleh konsumen.

Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan produk dipasar. Serta harus berfungsi sebagai sarana estetika untuk berkomunikasi dengan semua orang dari mulai latar belakang, minat, dan pekerjaan yang berbeda. Kemasan telah menjadi salah satu titik kombinasi dari proses pemasaran, periklanan dan *merchandise*. Pemasaran didefinisikan sebagai perencanaan dan eksekusi konsep dan pengembangan, penentuan harga, penempatan, promosi, dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi. Sebagai suatu aktivitas bisnis yang terlibat dalam pergerakan barang dari produsen ke konsumen, pemasaran meliputi periklanan dan desain kemasan, perdagangan dan penjualan. (Marianne & Sandra. 2007:35)

Sejarah desain kemasan sendiri dimulai dari kebutuhan manusia untuk memiliki barang dan material alami seperti anyaman rumput dan kain, kulit pohon, daun, kerang, kerajinan tanah liat, dan peralatan kaca kasar sebagai peti kemas untuk menyimpan barang. Sayur labu yang berongga dan kandung kemih binatang mengilhami bentuk botol kaca, dan kulit binatang serta daun merupakan asal muasal kantung kertas dan pembungkus plastik.

Kebutuhan hidup manusia bermacam-macam, salah satunya adalah kebutuhan akan pakaian. Seiring dengan perkembangan jaman, kebutuhan manusia akan pakaian juga mengalami perkembangan. Munculnya mode-mode dan gaya desain yang unik, menjadi suatu gaya yang digemari masyarakat. Begitu juga yang terjadi pada mode pakaian di Indonesia saat ini. Agar dapat bersaing, maka industri kaos memerlukan ciri khas dari tiap-tiap produknya, dan dibantu dengan kegiatan promosi. Hal ini dikarenakan dalam dunia pemasaran, promosi merupakan langkah yang harus dilakukan perusahaan untuk mengenalkan produknya dengan tujuan meraih konsumen yang lebih luas.

*SPOORWAGEN T-Shirt* adalah nama sebuah *brand* kaos kereta api yang berawal dari ide Faristya Utama Putra, seorang kondektur kereta api jalur selatan yang ingin memberikan terobosan baru dalam dunia *clothing*. Pria kelahiran Surabaya yang mempunyai satu anak ini mengusung desain dengan konsep kereta api, sekaligus memperkenalkan kepada konsumen atau masyarakat agar lebih mengenali jenis dari lokomotif kereta api di Indonesia, mulai dari jenis lokomotif kereta api CC200, CC201, CC203 dan CC206. Tidak hanya produk kaos tetapi juga ada *merchandise* didalamnya seperti stiker, *shopping bag*, dan sekaligus memberikan informasi tentang dunia perkereta apian di Indonesia. *Railfans* (sebutan bagi pecinta kereta api) dan masyarakat menjadi target audience dari *SPOORWAGEN T-Shirt* itu sendiri. Saat ini kereta api adalah alat transportasi yang paling sering digunakan masyarakat, mulai dari kalangan menengah kebawah hingga menengah keatas, dari jarak dekat maupun jauh semua masyarakat lebih memilih alat transportasi kereta api, karena sekarang alat transportasi darat lebih nyaman dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, mulai dari kereta api kelas ekonomi sekarang lebih tertata semua pelayanan dan fasilitasnya.



Oleh sebab itu, melalui media promosi kemasan tema lokomotif kereta api ini diharapkan *SPOORWAGEN T-Shirt* akan lebih dikenali *target audience*, serta memberikan nilai positif kepada masyarakat. Semestinya kemasan ini dapat melindungi dan menarik perhatian serta mencerminkan kualitas isi produk yang dimuatnya. Peran disain komunikasi visual diperlukan dalam menunjang promosi *SPOORWAGEN T-Shirt* dengan menggunakan tema lokomotif kereta api.

### **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang kemasan *SPOORWAGEN T-Shirt* tema lokomotif kereta api kepada target audience ?

### **C. Tujuan Perancangan**

1. Merancang kemasan *SPOORWAGEN T-Shirt* tema lokomotif kereta api.
2. Mengajak masyarakat mengenali *SPOORWAGEN T-Shirt* dan memberikan wawasan tentang jenis-jenis lokomotif kereta api melalui kemasan produk tema lokomotif kereta api.

### **D. Lingkup Permasalahan**

1. Perancangan kemasan yang dibuat adalah *primary* dan *secondary packaging*.
2. Perancangan kemasan tema lokomotif kereta api dapat dipakai untuk lebih dari satu fungsi.
3. Secara demografis perancangan ini fokus terutama pada *railfans* atau komunitas pecinta kereta api dan masyarakat dengan rentang usia remaja hingga dewasa sebagai *target audience*.

### **E. Manfaat Perancangan**

1. Bagi Mahasiswa  
Perancangan kemasan ini dapat memperluas pengetahuan dan wawasan dari berbagai sumber serta dapat memanfaatkan perancangan kemasan produk sebagai referensi kepustakaan mengenai kemasan.



## 2. Bagi Institusi

Dengan perancangan kemasan ini diharapkan mampu memberi wawasan baru bagi arsip perancangan Tugas Akhir Disain Komunikasi Visual bahwa perancangan kemasan merupakan salah satu dari produk DKV yang potensial dan langsung berhadapan dengan konsumen.

## 3. Bagi Perusahaan

Dengan perancangan ini diharapkan mampu perlahan terbentuk melalui produk kemasan yang lebih berwawasan dan mempunyai nilai positif.

## 4. Bagi *target audience*

Dengan perancangan ini *target audience* mendapatkan produk baru berupa produk kemasan tema lokomotif kereta api dan menambah wawasan tentang lokomotif kereta api.

## F. Metode Perancangan

Secara garis besar perancangan ini akan mencakup dua tahap yakni perencanaan, perancangan, dan evaluasi atau uji kelayakan. Tahap perencanaan di antaranya meliputi: identifikasi dan analisis data, sedangkan tahap perancangan antara lain: pemilihan media, konsep kreatif, dan *layout*, komperhensif desain, final desain lalu dilanjutkan dengan evaluasi atau uji kelayakan.

### 1. Data Awal

#### a. Data primer

Data yang diambil langsung dari sumber-sumber secara langsung dari produsen seperti:

- 1) Sejarah *SPOORWAGEN T-Shirt*
- 2) Informasi Produk *SPOORWAGEN T-Shirt*
- 3) Dokumentasi produk *SPOORWAGEN T-Shirt*

#### b. Data sekunder

Data yang diambil dari data yang sudah ada seperti:

- 1) Pengumpulan data melalui studi pustaka
- 2) Pengumpulan data melalui internet

3) Pengumpulan data melalui pengamatan

4) Informasi data produk pesaing sejenis

## 2. Metode Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang mengamati langsung atau survey ke lapangan. Data ini akan dilakukan dengan pengamatan dan pendokumentasian terhadap unsur verbal dan visual secara langsung dari *SPOORWAGEN T-Shirt*. Alat yang digunakan dalam pengamatan adalah lembar pengamatan, kamera, catatan perilaku konsumen dan lain-lain.

### b. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan mengambil dari berbagai media. Media itu meliputi buku, majalah, jurnal, surat kabar, dan internet. Melalui dokumen-dokumen dari berbagai media, akan mendapat data-data yang diperlukan, tentunya media-media tersebut dapat dipertanggungjawabkan atas kebenaran datanya.

### c. Wawancara

Wawancara dilakukan langsung dengan pemilik *SPOORWAGEN T-Shirt* yakni Bapak Faristya Utama Putra guna mendapatkan data yang diperlukan dalam perancangan kemasan kali ini. Alat yang digunakan dalam wawancara adalah buku catatan dan pulpen.

## 3. Instrumen/alat pengumpulan data

Alat yang akan digunakan untuk pengumpulan data dalam perancangan ini adalah:

a. Alat tulis meliputi pena, pensil, buku, dan kertas

b. Internet, untuk pencarian data di dunia maya.

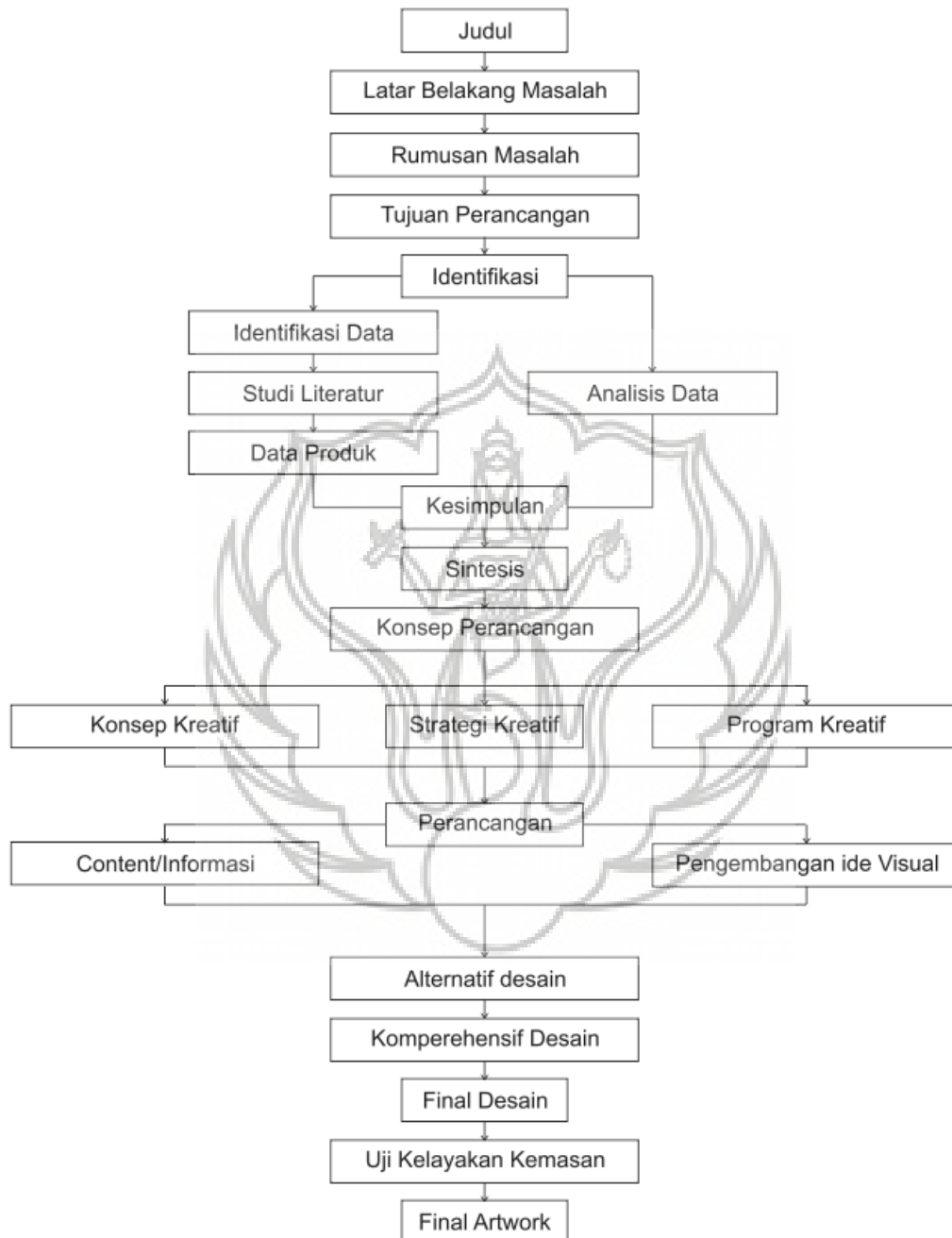
c. *Komputer* serta beberapa *software* yang dapat mendukung untuk pengerjaan.

### **G. Metode Analisis Data**

Dari semua input data selanjutnya akan dianalisis dengan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) untuk produk. Metode VIEW (*Visibility, Information, Egibility, Workability*) untuk analisis media kemasan untuk mengevaluasi hasil dan kelayakan desain yang digunakan.



## H. Skematika Perancangan



*Gambar 1: Skematika perancangan  
Sumber Abi Rezandy*